

АВТОМАТИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ КЛИЕНТОВ ПРЕДПРИЯТИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ

Романова М.В., Черкасов М.А.

ФГБОУ ВПО «Магнитогорский государственный технический университет
имени Г.И. Носова», г. Магнитогорск, Россия

В данной статье рассмотрены вопросы современной автоматизации информирования клиентов на предприятиях социальной сферы и качества обслуживания потребителей услуг, различных подходов к реализации автоматизации информационного обеспечения в зависимости от потребностей и возможностей предприятий, а также результатов применения автоматизации с точки зрения удовлетворения ожиданий клиента от выбранного им предприятия и общего уровня жизни населения.

Ключевые слова: информационное обеспечение, информационные технологии, информационная поддержка, автоматизация, информационный терминал, информирование, CRM, социальная сфера.

This article examines the issues of modern automation informing customers in the social sector and the quality of consumer service, the different approaches to the implementation of the automation of information support depending on the needs and capabilities of enterprises, as well as the results of the use of automation in terms of meeting customer expectations on their chosen enterprises and general standard of living of the people.

Keywords: information collateral information technology, information support, automation, information terminal, informing, CRM, social sector.

Активное развитие сферы услуг позитивно влияет на развитие и распространение предприятий социальной сферы. Каждое такое предприятие задает свои стандарты качества обслуживания клиентов (сервиса) и стремится им соответствовать, чем выше усредненный уровень обслуживания на определенной географической территории, тем выше уровень жизни в ее границах.

Большое влияние на уровень сервиса оказывает конкуренция среди предприятий, форма деятельности (коммерческая/некоммерческая), имидж и также тип услуг, которые они предоставляют. Так, например, услугами социальной сферы могут являться:

- строительные;
- образовательные;
- медицинские;
- торговые;
- развлекательные;
- ЖКХ, МФЦ и т.п.

Стремление предприятий улучшать свой сервис направлено на привлечение новых клиентов и удержание старых. Иными словами можно сказать, что предприятия стремятся к увеличению лояльности своих клиентов по отношению к себе. Лояльность клиента очень важный фактор, так как

в условиях ужесточающейся конкуренции при прочих равных показателях различных предприятий она способна склонить чашу весов в сторону организации, которая активно занималась программами лояльности клиентов.

Сказанное в большей мере относится к коммерческим предприятиям, так как чем больше клиентов, тем выше доход. В области же некоммерческих предприятий наблюдается несколько иная картина, большинство таких предприятий в Российской Федерации финансируются из средств государственного бюджета, в связи с этим нет необходимости бороться за клиента так же ожесточенно, как это делают их коммерческие собратья. Такая ситуация негативно влияет на общий уровень сервиса, а также на не удовлетворенность граждан государственной властью, так как некоммерческие организации – это детские сады, школы, вузы, медицинские учреждения, паспортные столы и т.д.

На сегодняшний день заметна тенденция развития качества услуг как со стороны коммерческих организаций, которые являются локомотивами развития сервиса, так и со стороны некоммерческих предприятий, подгоняемых государственными программами либо же большим желанием отстаивать свой имидж. Все это приводит к медленному, но верному повышению уровня оказания услуг. Благодаря конкуренции организации стремятся больше и качественнее донести информацию о своих услугах, что позитивно сказывается на лояльности клиентов.

Огромную роль в сложившейся тенденции играют информационные технологии, их глубокое проникновение во многие сферы жизни населения. Предприятия социальной сферы в процессе автоматизации информационного обеспечения клиентов обязаны руководствоваться философией, учитывающей их собственные интересы. Во многом философия автоматизации будет зависеть от формы деятельности предприятия и его финансовых возможностей.

Рассмотрим философии автоматизации информационного обеспечения клиентов предприятий социальной сферы.

1. Внедрение CRM-систем. CRM (Customers Relationship Management) – управление взаимоотношениями с клиентами. Это одна из наиболее дорогих философий автоматизации, так как каждая система проходит сложный этап внедрения в организацию, который требует больших затрат времени и ресурсов. Различают несколько видов CRM-систем:

- операционные;
- аналитические;
- комбинированные.

Каждая из этих систем решает широкий круг задач, с этим и связана большая стоимость их внедрения. Эти системы позволяют не только информировать клиентов, но и производить разработку будущих маркетинговых акций, изменять услуги для большего удовлетворения клиентов в случае аналитических систем. Собирать и классифицировать информацию о клиенте, контролировать коммуникации с ними для операционных CRM. И объединять возможности операционных и аналитических в случае использования комбинированных систем. Комбинированные CRM-системы малочисленны. Поэтому эту нишу частично заполняют связки из двух программ разных производителей. Для того чтобы обеспечить работу систем разных производителей, нужны IT-специалисты высокой квалификации.

2. Внедрение информационных терминалов/киосков. Информационный киоск – автоматизированный программно-аппаратный комплекс, предназначенный для предоставления справочной информации. Эта философия подходит широкому кругу организаций, так как в зависимости от желания предприятия могут наделить киоски большим или меньшим функционалом, что позволит создать оптимальный по затратам терминал. Информационные киоски собирают на базе персонального компьютера, оснащенного сенсорным монитором и установленного в эргономичный вандалостойкий, как правило, металлический корпус. Дополнительно на информационный киоск может устанавливаться купюроприемник, разъемы USB, аудиосистема, термопринтер, дополнительный рекламный монитор, сканер штрих-кодов, NFC и прочее оборудование. Информационные киоски могут быть установлены внутри помещения организации и выполнять функции по информационной поддержке клиентов, либо же они могут находиться в различных местах крупного скопления людей и выполнять рекламные функции. Соответственно информация о услугах и функционал таких киосков будет различными.

3. Использование информационного интернет-портала. Интернет-портал – это справочно-информационный сайт. Обеспечивает доступ лиц к сведениям о предоставляемых предприятием услугах, а также возможность ими воспользоваться, используя возможности сети интернет. Эта философия позволяет организациям находиться в постоянном контакте с клиентами, а также следить за их предпочтениями, что позитивно сказывается на лояльности. На практике мы это можем видеть в рамках проекта «Электронное правительство». На портале «Госуслуги» объединены различные государственные и муниципальные услуги, о которых можно получить подробную информацию, а также воспользоваться ими.

Таким образом, можно сказать, что информационное обеспечение очень важно для конечного качества оказываемых услуг. Ведь чем подробнее и качественнее будет полученная информация, тем больше ожидания клиента совпадут с возможностями организации, это приведет к снижению недовольства, а следовательно, для клиентов услуги станут качественнее, что повысит общий уровень оказания услуг. Также качественная информация об услугах поможет сделать выбор в сторону того или иного предприятия, которое, по мнению клиента, максимально удовлетворит его потребности. Вся совокупность действий предприятий по улучшению качества услуг, а также результат выбора конкретной организации клиентом влияют на общий уровень жизни населения.

Список использованных источников

1. Что такое CRM? [Электронный ресурс]. – 2014. – режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_26/article_2613/;
2. Госуслуги [Электронный ресурс]. – 2015. – режим доступа: <https://www.gosuslugi.ru/pgu/cms/content/isr/view/000000000000/290/310>;
3. Сферы жизни общества [Электронный ресурс]. – 2014. – режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/sociologiya/sfera-obshchestva.html>;
4. Информационные сенсорные киоски [Электронный ресурс]. – 2014. – режим доступа: http://automat-service.ru/kiosk_touch/;
5. Что такое интернет портал [Электронный ресурс]. – 2011. – режим доступа: <http://statiami.com/s/internet/internet-portal.php>;